

HORMON VE ANTİBİYOTİK KULLANIMINA İLİŞKİN OLUMSUZ HABERLERİN TÜKETİCİLERİN TAVUK ETİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ (KARS İLİ ÖRNEĞİ)

Pınar AYVAZOĞLU DEMİR, Erol AYDIN

Kafkas Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, Hayvan Sağlığı Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kars, Türkiye

Geliş Tarihi: 20.03.2018 Kabul Tarihi: 20.06.2018

Makale Kodu:407906

Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:

Ayvazoğlu Demir P, Aydın E. Hormon ve Antibiyotik Kullanımına İlişkin Olumsuz Haberlerin Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi (Kars İli Örneği). MAE Vet Fak Derg. 2018;3(1):55-63.

ÖZ

Türkiye’de tavukçuluk sektörü gelişmiş ve rekabet etme potansiyeli yüksek olan bir sektördür. Son dönemlerde Türkiye’de kırmızı et sektöründe yaşanan fiyat artışları sektörün önemini daha da ön plana çıkarmıştır. Ancak zaman zaman gündeme gelen hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin haberlerin kanatlı eti tüketimin olumsuz etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla 475 kişi ile yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmada Kars ilindeki tüketicilerin hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin çıkan haberler doğrultusunda %70’inin tavuk etini riskli olarak gördükleri ve özellikle gelir durumu yüksek olan tüketicilerin tüketimlerini önemli ölçüde azaltırken, gelir seviyesi düşük olanların fiyatın düşmesine bağlı olarak tüketimlerini artırdıkları belirlenmiştir. Bu yanlış bilgilendirmenin önüne geçmek için başta Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı olmak üzere tüm sektör paydaşlarının tavuk etlerinin antibiyotik ve hormon kalıntısı yönünden yasal mevzuata uygun olarak ve kontrollü üretildikleri hakkındaki doğru ve gerçek bilgileri kamuoyu ile paylaşarak yanlış bilgi algısını önlemelidirler. Bu durum sektörde haksız rekabet ve bilgi kirliliğinin önlenmesi açısından oldukça önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Tavuk, hormon, antibiyotik, tüketim



İletişim / Correspondence

Kafkas Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, Hayvan Sağlığı Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kars, Türkiye



+90 0543 654 22 32



pinardemir80@hotmail.com

ORCID Pınar AYVAZOĞLU DEMİR:0000-0002-7010-0475
Erol AYDIN: 0000-0001-8427-5658

THE EFFECTS OF NEGATIVE NEWS ON HORMONE AND ANTIBIOTIC USE ON CONSUMERS' BROILER CONSUMPTION HABITS (KARS PROVINCE SAMPLE)

ABSTRACT

Within the livestock sector in Turkey, the poultry industry is the most advanced sector with the highest potential of competition. The recent price increases experienced in the red meat sector in Turkey has increased the importance of this sector. Within this context, face-to-face surveys were conducted with a total of 475 people to determine whether the news about hormone and antibiotic use from time to time adversely affected the poultry consumption. In the study conducted, it was observed that 70% of the consumers in Kars see the chicken meat as risky in the direction of the news about the usage of hormones and antibiotics. In addition, it has been determined that consumers with particularly high incomes significantly reduce the consumption of poultry meat, while those with low-income levels have increased their consumption due to falling prices. In this regard, along with the Ministry of Food, Agriculture and Livestock, it is thought that it is important for industry stakeholders to share information regularly with the public on the fact that chicken meat is in compliance with legal regulations in terms of antibiotic/ hormone residues and prevent false information perception. This situation is very important in terms of preventing unfair competition and information pollution in the sector.

Keywords: Broiler, hormone, antibiotic, consumption

GİRİŞ

Türkiye’de artan nüfus ve gelire birlikte kırmızı et üretiminde yaşanan istikrarsızlık ve kırmızı et fiyatlarında süregelen artışlar, hayvansal protein açığının kapatılmasında broiler yetiştiriciliğini stratejik olarak öne çıkarmaktadır. Nitekim insan beslenmesinde önemli bir yeri olan hayvansal proteinlerin, kısa sürede ve ucuz olarak üretilebilmesinde tavukçuluk sektörü, kırmızı et sektörüne göre önemli avantajlara sahiptir.

Türkiye’deki tavuk eti üretiminin son 20 yıllık seyri incelendiğinde, 1995 yılında 313.154 ton olan üretimin 2016 yılında 1.958.000 tona yükseldiği, yine kişi başına düşen tavuk eti tüketiminin 5,01 kg/yıl’dan 21,94 kg/yıl çıktığı görülmektedir. Genel olarak tavuk eti üretim ve tüketim miktarlarında istikrarlı bir artış görülmekle beraber, özellikle ekonomik kriz ve/veya kuş gribinin görüldüğü yıllarda (2001, 2006 ve 2009) bir miktar düşme olduğu belirlenmiştir (1).

Kanatlı yetiştiriciliği Türkiye’de hayvansal protein temini açısından önemli olmasının yanı sıra modern tesisleri, uluslararası standartlara uygun üretim metotları ve pazarlara yakınlığı gibi unsurlar bakımından da gıda sektörü içinde AB ile rekabete girebilecek sektörden biridir. Aynı zamanda sektör, önemli düzeyde istihdam oluşturması, iyi örgütlenmiş ve organize bir yapıda olması, sektörün önemini arttırmaktadır (2). Ancak, zaman zaman gündeme gelen hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin olumsuz haberler, gerek sektörün gelişimini gerekse piliç etinin tüketiminin istenen düzeyde artmasını engellemektedir. Bu çalışmanın amacı, Kars ilindeki tüketicilerin hormon ve antibiyotik

kullanımına ilişkin çıkan haberler doğrultusunda tüketim düzeylerini ve bakış açılarını ortaya koyarak, buradan çıkan sonucun gıda ve hayvancılıkla uğraşan ve ilgi duyanların bilgisine sunmaktır.

GEREÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmanın ana materyalini, Kars Merkez İlçede (Kent merkezinde) ikamet eden ailelerden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur. Anket çalışması 2017 yılı Eylül-Aralık ayları içinde, anket çalışmasına, katılmayı kabul eden 475 kişi ile yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Hane halkları, tavuk eti tüketenler içerisinde rastgele seçilmiştir. Anket çalışmasında; katılımcıların eğitim ve gelir durumları, tavuk eti tüketim sıklığı, tercih sıralaması ve nedenleri ile çıkan haberlerin tavuk eti tüketimleri üzerine etkisini belirlemeye yönelik çoktan seçmeli sorular sorulmuştur.

Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında MS Excel 2007 ve SPSS 16 for Windows paket programlarında oluşturulan veri tabanına kaydedilerek işlenmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır. Ayrıca, oluşturulan gruplar arasında Ki-kare testi yapılmıştır (3).

BULGULAR

Araştırma kapsamında anket çalışmasına katılanların %57,5’i erkek, %42,5’i kadın olup, %91,4’ünün evli olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışmada katılımcıların haftalık tavuk eti tüketim sıklığı incelenmiş olup, katılımcıların %6,9’unun her gün, %21,1’inin haftada en az 4-5 defa, %41,9’nun haftada 2-3 defa, %20,6’sının haftada 1, %9,5’nin ise 10 günde 1 tavuk eti tükettikleri belirlenmiştir. Tab-

lo 1’de katılımcıların eğitim ve gelir durumlarına göre haftalık tavuk eti tüketim sıklığı verilmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde tüketicilerin eğitim durumu ve gelir durumları arttıkça tavuk eti tüketim sıklıklarının azaldığı görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde katılımcıların sığırdana, koyun ve balık etine kıyasla tavuk etini tercih sıralamaları ve tercih etme nedenleri sorulmuş olup elde edilen veriler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde tüketicilerin

Tablo 1. Tüketicilerin eğitim düzeyi ve gelir durumlarının tavuk eti tüketim sıklığına etkisi
Table 1. Influence of education level and income situation of the consumers on the frequency of chicken meat consumption.

Eğitim / Gelir Grupları		Tüketim sıklığı			Toplam	Ki-kare ve P değeri
		Haftada 4 ve daha fazla	Haftada 2-3	Haftada 1 ve daha az		
Eğitim	İlkokul	43 (%38,1)	42 (%37,2)	28 (%24,8)	113	38,174 p<0,001
	Ortaokul	36 (%33,6)	49 (%45,8)	22 (%20,6)	107	
	Lise	38 (%32,2)	51 (%43,2)	29 (%24,6)	118	
	Üniversite	16 (%11,7)	57 (%41,6)	64 (%46,7)	137	
Gelir	1500 TL ve altı	42 (%32,6)	52 (%40,3)	35 (%27,1)	129	46,822 p<0,001
	1501-2000 TL	41 (%40,2)	36 (%35,3)	25 (%24,5)	102	
	2001-4000 TL	38 (%34,5)	52 (%47,3)	20 (%18,2)	110	
	4001 TL ve üstü	12 (%9,0)	59 (%44,0)	63 (%47,0)	134	
Toplam		133 (%28,0)	199 (%41,9)	143 (%30,1)	475	

Tablo 2. Tüketicilerin tavuk eti tercih sıralaması ve tercih nedenleri.

Table 2. Preferred order of broiler and order of importance.

Gelir durumu	Tavuk eti tercih sıralaması				Toplam	Tercih nedenleri	Frekans	Önem Sıralaması
	1.	2.	3.	4.				
1500 TL ve altı	88 (%76,5)	13 (%11,3)	7 (%6,1)	7 (%6,1)	115	Besleyici	133	1.
1501-2000 TL	46 (%54,1)	23 (%27,1)	14 (%16,5)	2 (%2,4)	85	Lezzetli	124	2.
2001-4000 TL	41 (%41,4)	36 (%36,4)	17 (%17,2)	5 (%5,1)	99	Fiyatı	112	3.
4001 TL ve üstü	20 (%16,7)	48 (%40,0)	29 (%24,2)	23 (%19,2)	120	Alışkanlık	104	4.
Toplam	195 (%46,5)	120 (%28,6)	67 (%16,0)	37 (%8,8)	419	Kolay erişim	55	5.

Nitekim yapılan ki-kare analizinde de katılımcıların eğitim ve gelir durumları ile tavuk eti tüketim sıklığı arasında istatistikî açıdan önemli bir ilişki bulunmuştur (p<0,001).

%46,5’nin 1. sırada, %28,6’sının 2. sırada, %16’sının 3. sırada tavuk etini tercih ettikleri, tercih etme nedenleri arasında ise besleyici ve lezzetli olmasının yanı sıra fiyatı-

nın uygun olmasının geldiği görülmektedir. Yapılan analizde tüketicilerin gelir durumları ile tercih sıralaması incelendiğinde aylık geliri 1500 TL ve altında olanların %76,5'i 1.sırada tavuk etini tercih ederken, geliri 1500-2000 TL olanların %54,1'i, 2000-3000 TL olanların %41,4'ü, 4000 TL ve üstü olanların ise sadece %16,7'si 1. sırada tavuk etini tercih ettikleri belirlenmiştir. Nitekim yapılan ki-kare analizde istatistiki açıdan önemli bir fark bulunmuştur ($X^2=99,749$ $p<0,001$). Yapılan görüşmelerde katılımcıların eğitim ve gelir durumlarına göre tavuk eti tercihlerinde markanın etkisi Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo incelendiğinde tüketicilerin eğitim

ve gelir durumu arttıkça tavuk etinin hormon ve/veya antibiyotik açısından riskli olduğunu düşünenlerin oranının ve çıkan haberler doğrultusunda tüketimini düşürenlerin oranının arttığı görülmektedir. Eğitim durumu incelendiğinde, ilkökul mezunu olanların %38,9'u tavuk etini çok riskli grubunda görürken; bu oran üniversite mezunların-

Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde tüketicilerin eğitim ve gelir durumu arttıkça tavuk etinin hormon ve/veya antibiyotik açısından riskli olduğunu düşünenlerin oranının ve çıkan haberler doğrultusunda tüketimini düşürenlerin oranının arttığı görülmektedir. Eğitim durumu incelendiğinde, ilkökul mezunu olanların %38,9'u tavuk etini çok riskli grubunda görürken; bu oran üniversite mezunların-

Tablo 3. Tüketicilerin tavuk eti tüketiminde markanın önemi.

Table 3. The importance of brand in consumer consumption of chicken meat.

Eğitim/ Gelir	Marka			Toplam	Ki-kare ve P değeri
	Çok önemli	Önemli değil	Fiyat önemli		
İlkokul	87 (%77,0)	9 (%8,0)	17 (%15,0)	113	14,511 $p<0,05$
Ortaokul	81 (%75,7)	5 (%4,7)	21 (%19,6)	107	
Lise	102 (%86,4)	5 (%4,2)	11 (%9,3)	118	
Üniversite	120 (%87,6)	9 (%6,6)	8 (%5,8)	137	
Toplam	390 (%82,1)	28 (%5,9)	57(12,0)	475	
1500 TL ve altı	86 (%66,7)	8 (%6,2)	35 (%27,1)	129	44,925 $p<0,01$
1501-2000 TL	86 (%84,3)	10 (%9,8)	6 (%5,9)	102	
2001-4000 TL	97 (%88,2)	3 (%2,7)	10 (%9,1)	110	
4001 TL ve üstü	121 (%90,3)	7 (%5,2)	6 (%4,5)	134	
Toplam	390 (%82,1)	28 (%5,9)	57 (%12,0)	475	

ve gelir durumu arttıkça markaya verdikleri önemin de arttığı görülmektedir. Yapılan ki-kare analizinde istatistiki açıdan önemli bir fark bulunmuştur.

Yapılan çalışmada katılımcıların tavuk etinde hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin çıkan haberler doğrultusunda piyasada satı-

da %62,8'e çıkmaktadır. Aynı şekilde çıkan haberler nedeniyle tüketimini azalttığını belirtenlerin oranı sırasıyla; %66,4, %78,8'dir. Buna karşın fikrim yok diyenler ile fiyat daha önemli diyenlerin oranı ilkökul mezunlarında daha yüksek olup, eğitim seviyesi arttıkça bu oranın azaldığı belirlenmiştir. Nitekim

Tablo 4. Çıkan haberlerin tavuk eti tüketimi üzerine etkisi.**Table 4.** The effect of negative news on chicken meat consumption.

Eğitim	Sizce tavuk etleri hormon/antibiyotik içermesi bakımından riskli mi?					Çıkan haberler tüketimi etkiliyor mu?			Toplam
	Çok riskli	Riskli	Az riskli	Risk yok	Fikri yok	Evet	Hayır	Fiyat	
İlkokul	44 %38,9	21 %18,6	10 %8,8	6 %5,3	32 %28,3	75 %66,4	22 %19,5	16 %14,2	113
Ortaokul	44 %41,1	22 %20,6	7 %6,5	12 %11,2	22 %20,6	56 %52,3	35 %32,7	16 %15,0	107
Lise	56 %47,5	31 %26,3	9 %7,6	6 %5,1	16 %13,6	75 %63,6	28 %23,7	15 %12,7	118
Üniversite	86 %62,8	33 %24,1	8 %5,8	5 %3,6	5 %3,6	108 %78,8	17 %12,4	12 %8,8	137
Toplam	230 %48,4	107 %22,5	34 %7,2	29 %6,1	75 %15,8	314 %66,1	102 %21,5	59 %12,4	475
Ki-kare	X ² =44,034 p<0,01					X ² =20,882 p<0,01			
1500 TL ve altı	49 %38,0	18 %14,0	10 %7,8	13 %10,1	39 %30,2	68 %52,7	38 %29,5	23 %17,8	129
1501-2000 TL	52 %51,0	18 %17,6	9 %8,8	4 %3,9	19 %18,6	70 %68,6	24 %23,5	8 %7,8	102
2001-4000 TL	54 %49,1	31 %28,2	6 %5,5	8 %7,3	11 %10,0	67 %60,9	24 %21,8	19 %17,3	110
4001 TL ve üstü	75 %56,0	40 %29,9	9 %6,7	4 %3,0	6 %4,5	109 %81,3	16 %11,9	9 %6,7	134
Toplam	230 %48,4	107 %22,5	34 %7,2	29 %6,1	75 %15,8	314 %66,1	102 %21,5	59 %12,4	475
Ki-kare	X ² = 52,879 p<0,01					X ² = 28,816 p<0,01			

yapılan ki-kare analizinde istatistiki açıdan önemli bir fark bulunmuştur (p<0,01).

Yapılan araştırmada tavuk etlerinin hormon/antibiyotik açısından riskli olduğunu düşünenlerin, “Buna karşın nasıl önlemler alıyorsunuz?” sorusuna yaklaşık %60’ı tavuk eti tüketimini azalttıklarını, %40’ı ise buna ilave olarak marka ürünleri tercih ettiklerini

belirtmişlerdir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde tavuk eti ile ilgili çıkan olumsuz haberler dikkate alınmaksızın gelirleri % 100 artırıldığında tavuk eti tüketimlerinin nasıl değişeceğine ilişkin elde edilen veriler ve ortalama değişim oranları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların ge-

lir durumlarında %100'lük bir artışın gelir duruma bağlı olarak tavuk eti tüketimlerini değiştirdikleri, özellikle gelir düzeyi düşük olan insanların tavuk eti tüketimlerini art-

Tablo 5. Gelir arttığı durumlarda tüketicinin

Table 5. The average rate of change and change in consumer consumption of poultry consumption when income increases.

Gelir Durumu	Artar	Artış Oranı (%)	Azalış	Azalış Oranı (%)	Değişmez	Toplam
1500 TL ve altı	67 (%52,0)	61,74±5,30	11 (%8,5)	30,90±4,94	51 (%39,5)	129
1501-2000 TL	44 (%43,1)	46,74±4,51	12 (%11,8)	41,08±5,59	46 (%45,1)	102
2001-4000 TL	39 (%35,5)	53,31±3,86	8 (%7,3)	51,87±8,12	63 (%57,2)	110
4001 TL ve üstü	28 (%20,9)	46,25±6,38	17 (%12,7)	43,82±7,69	89 (%66,4)	134
Toplam	178 (%37,5)	52,46±2,41	48 (%10,1)	41,52±3,57	249 (%52,4)	475
Ki-kare değeri	X ² = 31,007 p<0,01					

tırma, gelir düzeyi yüksek olan insanların ise tüketimlerini değiştirmeme yönünde beyanda buldukları görülmektedir. Nitekim gelir düzeyi düşük olan insanların %52'si gelirleri %100 artırıldığında tavuk eti tüketimlerini %61,7 oranında artıracaklarını bildirmiş iken gelir düzeyi artıktıkça tavuk eti tüketimlerinin azalmakta, 4000 TL ve üstü gelir düzeyine sahip insanlarda sadece %20,9'nun tüketimlerini %46,3 oranında artıracığı, %66,4'ünün ise tüketim miktarlarını değiştirmeyecekleri belirlenmiştir. Bu verilere doğrultusunda Türkiye'de gelir düzeyi arttıkça geliri yüksek olan insanların kırmızı ete, geliri düşük olanların ise tavuk etine taleplerinin artacağı söylenebilir.

TARTIŞMA

Türkiye'nin kanatlı eti sektörü en gelişmiş olan ve rekabet etme potansiyeli en yüksek olan sektördür. Son dönemlerde Türkiye'de

tavuk eti tüketimindeki değişim ve ortalama

kırmızı et sektöründe yaşanan darboğazdan dolayı fiyatlarda görünen aşırı artış tavuk etine olan talebi artırmaktadır. Yapılan çalışmada, lise ve altı eğitim seviyesinde olanlar ile gelir seviyesi düştükçe haftalık beyaz et tüketim sıklığının arttığı ve tercih sıralamalarında tavuk etinin ilk sıralarda yer aldığı tespit edilmiştir. Bu çalışma sonucuna benzer olarak Aydın (4), Türkiye'de gıda tüketimleri içinde en çok tercih edilen ilk üç ürünün sırasıyla tahıl ürünleri - sebze meyve, süt ürünleri ve beyaz et ürünlerinden oluştuğunu bildirmiştir.

Türkiye'de beyaz et tüketimi kırmızı et tüketiminden daha fazladır. Ülkemizde beyaz et tüketiminin bu kadar çok olmasının sebebi ikame etkisinden kaynaklanmaktadır. Yani halkımızın büyük bir kesimi et ihtiyacını be-

yaz et tüketerek karşılamaktadır (5). Besd-Bir (1) verilerine göre kanatlı eti tüketimi son yıllarda önemli ölçüde artış göstermesine rağmen, tüketimin önemli üretici ülkelere kıyasla daha düşük olması, sektörün aşması gereken önemli bir sorundur (6). Burada zaman zaman gündeme gelen hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin olumsuz haberlerin önemli derecede etkisi olduğu söylenebilir. Nitekim yapılan çalışmada Kars ilindeki tüketicilerin hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin çıkan haberler doğrultusunda %70'inin tavuk etini riskli olarak gördüğü belirlenmiştir. Risksiz olduğunu düşünenlerin oranının sadece %6,1 iken fikrinin olmadığını belirtenlerin oranı %15,8 olması dikkat çekici bulunmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre çıkan olumsuz haberlerden etkilenerek tavuk etinin riskli olduğunu düşünenlerin oranının yüksek olmasına rağmen, gerek gelir düzeyini düşük olması gerekse tavuk etinin fiyatının kırmızı et ve balığa kıyasla daha uygun olması gibi ekonomik faktörlerin çıkan olumsuz haberlerin önüne geçebildiği söylenebilir. Bu çalışma bulgusuna paralel olarak Karabaş (7) ithal et fiyatının uygun olmasının dominant etki göstererek inanç faktörünün önüne geçtiğini bildirmiştir.

Yapılan çalışmada katılımcılara çıkan bu haberleri dikkate almaksızın gelir durumlarında %100'lük bir artışın tavuk eti tüketimlerini ne yönde değiştireceğine ilişkin soruda, katılımcıların özellikle gelir düzeyi düşük olan insanların tavuk eti tüketimlerini artıracığı, gelir düzeyi yüksek olan insanların ise tüketimlerini değiştirmeyecekleri belirlenmiştir. Buna göre gelir artışına rağmen tavuk

eti tüketim seviyesinin değişmeyeceği ancak daha kaliteli ürünlere kayacağı söylenebilir. Nitekim Şengül (8), yaptığı çalışmada gelir artışı ile birlikte nicel anlamda yeterli düzeyde gıda tüketen orta, yüksek ve en yüksek gelir grubundaki hanelerin hem görece olarak fiyatları yüksek olan, hem de sağlıklı ürünler kategorisinde yer alan et ve balık, süt, peynir gibi ürünlerin tüketimlerini artırdığını bildirmiştir. Büyüknisan (9) çalışmasında, gelecek yıllarda tavuk eti tüketimindeki artışın devam edeceğini ancak, tavuk eti talebindeki artış daha çok kalite artışından ve tüketicilere verilen güvencenin artırılması ile sağlanabileceğini bildirmiştir.

SONUÇ

Sonuç olarak tavuk etinde hormon, antibiyotik kullanımı ile ilgili çıkan haberler neticesinde; tüketimin önemli ölçüde azaldığı buna karşın fiyatın da düşmesi ile, gelir seviyesi düşük olanların tüketimlerini arttırdıkları söylenebilir. Ancak belli dönemlerde çıkan asparagas haber dışında, tüketicilerin sağlıklı gıda üretimi konusunda yeterince bilgilendirildiği söylenemez. Bu bakımdan Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile birlikte sektör paydaşlarının tavuk etlerinin antibiyotik ve hormon kalıntısı yönünden yasal mevzuata uygun olduğuna yönelik bilgileri düzenli olarak kamuoyu ile paylaşılmasının sektörün büyümesi ve istikrarı açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. BESD-BİR. Türkiye kanatlı eti üretimi (Ton). Erişim: http://www.besd-bir.org/assets/documents/Tyrkiye_kanatli_eti_yretimi.pdf. Erişim tarihi: 11.01.2018

2. Keskin B, Demirbař N. Türkiye’de kanatlı eti sektöründe ortaya çıkan gelişmeler: sorunlar ve öneriler. UÜ Ziraat Fakültesi Dergisi. 2012; 26(1): 117-130.
3. Özdamar K. SPSS ile Biyoistatistik. Kaan Kitabevi, 2001, Eskişehir, Türkiye.
4. Aydın K. Türkiye’de Hanehalkı Gıda Harcamaları ve Sosyo Ekonomik Faktörler. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2011; 21(1): 56-76.
5. Karacan R. Türkiye’de Kırmızı Et Talebinin, Beyaz Et Tüketimi ve Gelir Dağılımı Açısından Deđerlendirilmesi. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 2017; 54 (630): 67-73.
6. Ayvazoğlu Demir P, Aydın E. Veteriner fakültesi öğrencilerinin kanatlı eti ve yumurta tüketimi. 4. Uluslararası Beyaz Et Kongresi, s: 195-201, 26-30 April 2017, Antalya-Türkiye.
7. Karabaş S. Tüketicilerin ithal hayvansal ürünler karşısındaki tutum ve davranışlarının logistik regresyon analizi ile tahmini. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 2013; 15 (24): 59-64.
8. şengül S. Türkiye’de gelir gruplarına göre gıda talebi. ODTÜ Gelişme Dergisi, 2004; 31 (Haziran): 115-148.
9. Büyüknisan O. Adana ili kentsel alanda tavuk eti tüketim yapısı. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008, Adana.